

Modrý koník pre marketérov

<https://modrykonik-pre-marketerov.sk>

Koník v skratke

Modrý koník je najväčší portál pre mamičky a tehotné na Slovensku a jeden z najväčších v Českej republike. Dosahuje celkovo viac ako **1,2 milióna návštevníkov** mesačne v oboch krajinách. Používateľom ponúka pestrú škálu rôznych funkcií a možností od diskusií, blogov cez internú poštu až po kočíkovú encyklopédiu.

		
REÁLNI POUŽÍVATELIA (RU)	PRIHLÁSENÍ POUŽÍVATELIA	PRÍEMERNÝ ČAS NA STRÁNKE
603 387 mesačne 264 469 týždenne	122 317 mesačne 96 255 týždenne	10,5 minúty na návštevu

zdroj: AIM Monitor, interná štatistika

Zaručená pozornosť vďaka natívnej reklame

Modrý koník riadi tím skúsených ľudí, ktorí sa pohybujú v reklamnom priemysle už od začiatku milénia, teda skoro 20 rokov. Naším cieľom je prepojiť klienta s používateľkami koníka priateľským spôsobom prínosným pre obe strany. Veríme natívnej reklame 21. storočia. Natívna reklama je totiž reklama, ktorá ľudí priťahuje, nie vyrušuje.

Perfektne splýva so svojím prostredím, prináša ľuďom skutočnú hodnotu a vyvoláva prirodzenú pozitívnu reakciu. Používateľky sa od nej neodvracajú a reagujú na ňu lepšie ako na reklamu tradičnú.

Sme tu jednoducho preto, aby si vaša značka úspešne našla cestu k srdciam mnohých žien.

TIP: Stiahnite si na stránkach www.modrykonik-pre-marketerov.sk zadarmo ebook o tom, čo je natívna reklama a ako ju vaša firma môže využiť pre efektívnejšiu propagáciu.

Obsah

Koho zasiahnete kampaňou na Modrom koníku? 4

NATÍVNA REKLAMA

Skúsenosti so značkou Obsah od ľudí
Reklamná kampaň..... 6

Ambasádorka značky Povedomie o značke
Dlhodobá podpora reputácie 14

Dni so značkou Obojstranná komunikácia
Reklamná kampaň..... 22

OSTATNÉ FORMÁTY

Článok..... 30

Súťaž..... 34

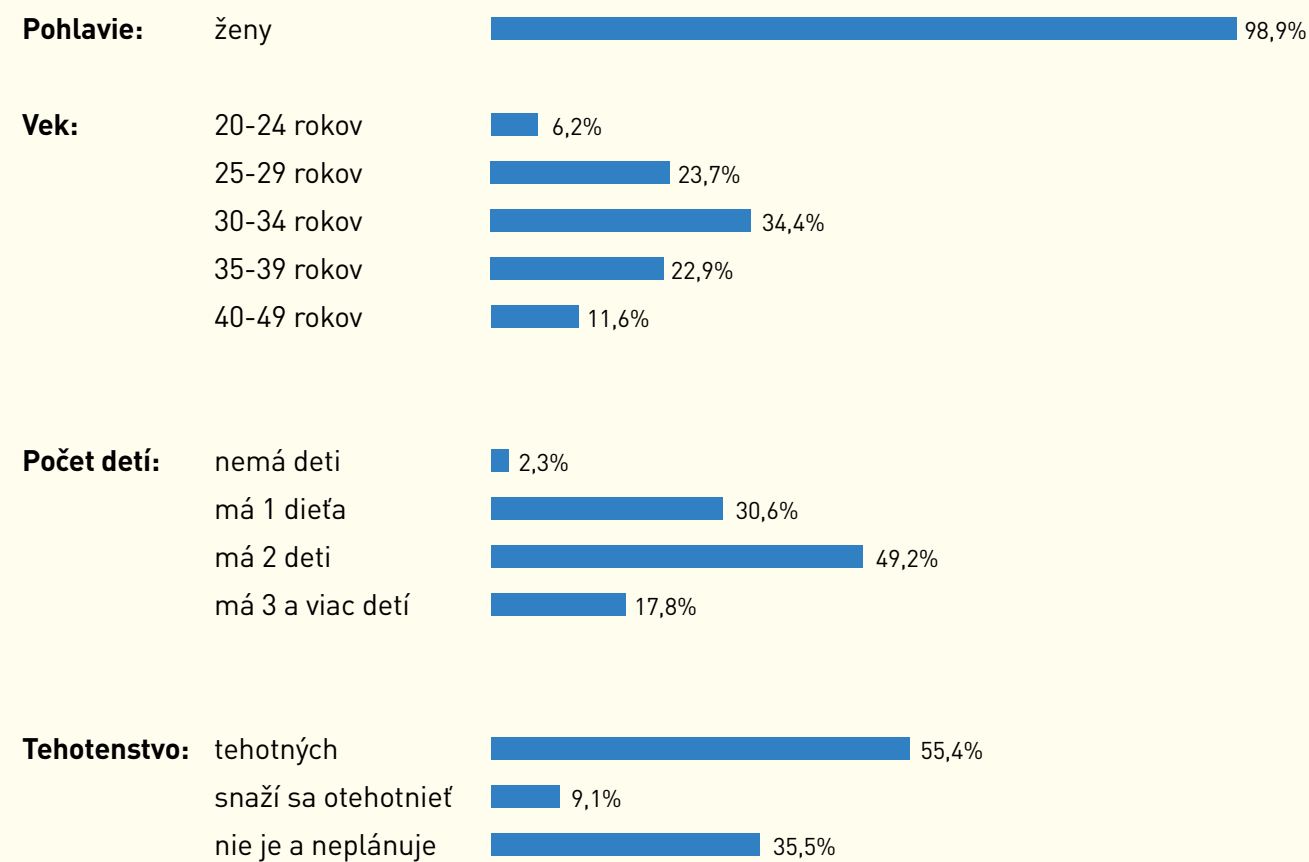
Správa do internej pošty 40

Displayová reklama..... 46

Koho zasiahnete reklamnou kampaňou na Modrom koníku

Modrý koník si za 13 rokov existencie získal unikátne postavenie medzi slovenskými ženami. Je všeobecne známym kultúrnym fenoménom, ktorý sa pravidelne objavuje v rozhovoroch bežných ľudí.

DEMOGRAFIA PRIHLÁSENÝCH POUŽÍVATEĽOV



① Každú druhú ženu vo veku 20 až 39 rokov

Modrý koník má 632 216 reálnych používateľov (RU za 05/2016). Z toho žien vo veku 20-39 rokov je 502 466. Na Slovensku je spolu 818 712 žien vo veku 20-39 rokov. **Modrý koník oslovuje 61,3% celej populácie žien vo veku 20-39 rokov.**

② Najaktívnejšie používateľky na Slovensku

Modrý koník má najdlhší čas na jednu návštevu z celého slovenského internetu podľa merania AIM monitoru. S časom súvisí aj nadštandardná aktivita. Mesačne používateľky vytvoria viac než 1 600 000 príspevkov a komentárov.

③ Všetky regióny Slovenska

Bydlisko používateľiek Modrého koníka podľa krajov:



Zdroje údajov: Štatistický úrad SR, anketový prieskum 9/2019 a AIM monitor.

Skúsenosti so značkou

Obsah od ľudí

ČO HOVORÍ KLIENT

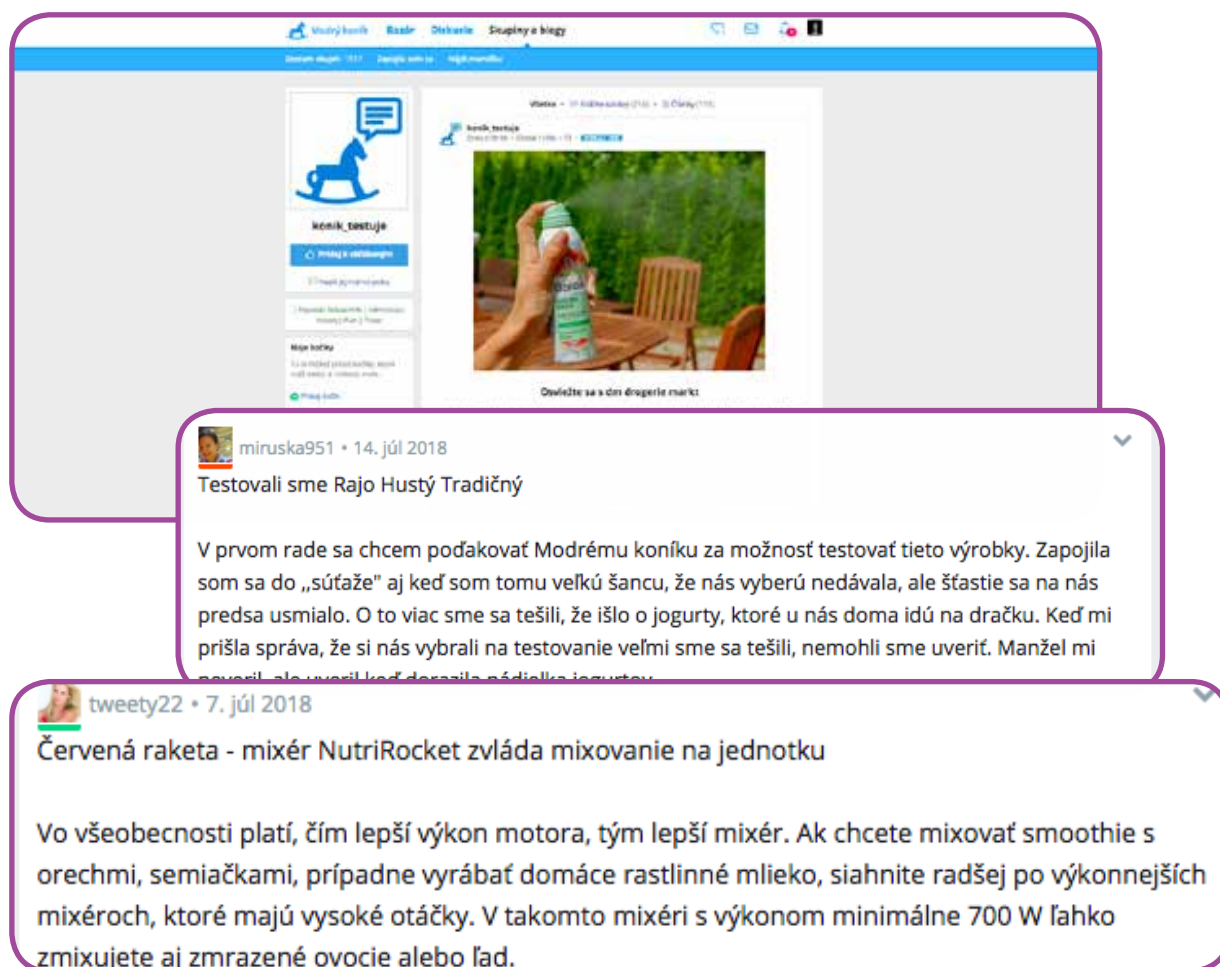
” S kampaňou sme boli veľmi spokojní. Počas jej trvania sme zaznamenali zvýšenie predaja produktu o 10 %.

Katarína Sonlajtnerová
produktový manažér

Skúsenosti so značkou

Skupina vybraných používateľiek dostane na vyskúšanie produkt vašej značky. Po zvolenú dobu ho používateľky testujú a následne svoje skúsenosti zverejnia v blogoch, spolu s vlastnými fotografiami. V diskusii potom reagujú na doplňujúce otázky a komentáre ostatných používateľiek.

Trvanie kampane: 1 mesiac (alebo podľa dohody s klientom)



ČO MÔŽETE OČAKÁVAŤ

Dosah minimálne 100 000 používateľiek **prostredníctvom Facebooku a Instagramu** (na vaše želanie môžeme tento zásah znásobiť).

Zapojenie (komentáre, "Páči sa mi to") 300 - 400 ľudí

Dosah na 22 000 - 23 000 ľudí na Modrykonik.sk

300 000 - 350 000 **zobrazení**

Prítomnosť vo vyhľadávačoch

Používateľky zverejnia svoje recenzie aj v diskusnom fóre Modrého koníka. Táto časť stránky a jej príspevky sú permanentné. Sú viditeľné aj pre neregistrovaných návštevníkov a **indexujú ich aj vyhľadávače ako Google**. Skúsenosti s vašou značkou prenikajú do celého slovenského internetu a dlhodobo pomáhajú pri budovaní online reputácie a SEO.

Presah na sociálne siete Facebook a Instagram

Používateľky vytvoria obsah, ktorý je obľúbený v ich komunite. Preto by nemal ostať len na Modrom koníku. Recenzie na vaše produkty preto šírimo ďalej. Uvidia ich aj ženy na **Facebooku a Instagrame**, vďaka čomu má kampan **rozšírený dosah** minimálne 100 000 ľudí a zasiahne oveľa väčšiu časť vašej cieľovej skupiny.

Presah do offline sveta

Ak používateľky strávia s vašimi produktami niekoľko dní alebo týždňov počas testu, pravdepodobne o svojich skúsenostiach porozprávajú aj v osobnom živote. Značka tak získa autentické osobné odporúčania v sociálnom okruhu recenzentiek. Dostane sa tak do rozhovorov na ihriskách, v obchodoch, v kaviarniach, v školách či čakárniach.

Remarketing na zapojené používateľky

Reklama nemusí skončiť len zverejnením recenzií. Oslovte znovu ženy, ktoré reagovali na vašu kampan lajkami, komentármi alebo zdieľaním, a zvýšte tak jej účinnosť. Remarketovať ich môžete pomocou banneru alebo v súkromnej pošte.

Priebeh kampane z pohľadu klienta

① Oznámenie v komunite

Modrý koník verejne ohlásí testovanie produktov značky a vyzve používateľky, aby sa zapojili do výberu testujúcich. Vyberie sa dohodnutý počet používateľiek, ktoré splnia požadované kritériá. Štandardný počet účastníkov testovania je 10.

② Skúsenosť s produktom

Značka dodá svoje produkty na test a Modrý koník sa postará o ich rozposlanie. Recenzentky používajú produkty do stanoveného termínu ukončenia testu.

③ Zverejnenie recenzií a diskusia

Recenzie sú detailné, no sú napísané bežným neformálnym jazykom. Recenzentky k nim vytvoria množstvo vlastných fotografií z používania produktu.

④ Rozšírenie obsahu cez sociálne siete

Vzniknuté recenzie zverejníme v blogoch, diskusnom fóre a šírieme ďalej na Facebook a Instagram. Ľubovoľnú časť recenzií môže značka použiť na svojej stránke, v newsletteri alebo v reklame.



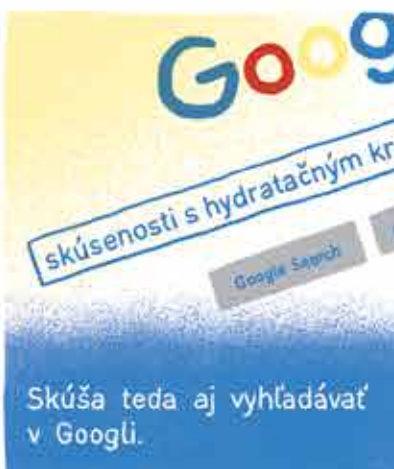
SKÚSENOSTI SO ZNAČKOU Z POHĽADU ZÁKAZNÍKA



Už roky používa každé ráno ten istý hydratačný krém.



Keď minulý týždeň cestou do práce zbadala peknú reklamu na produkt od novej značky, prišlo jej na um, že je konečne čas na zmenu.



Ambasádorka značky

Povedomie o značke

ČO HOVORÍ KLIENT

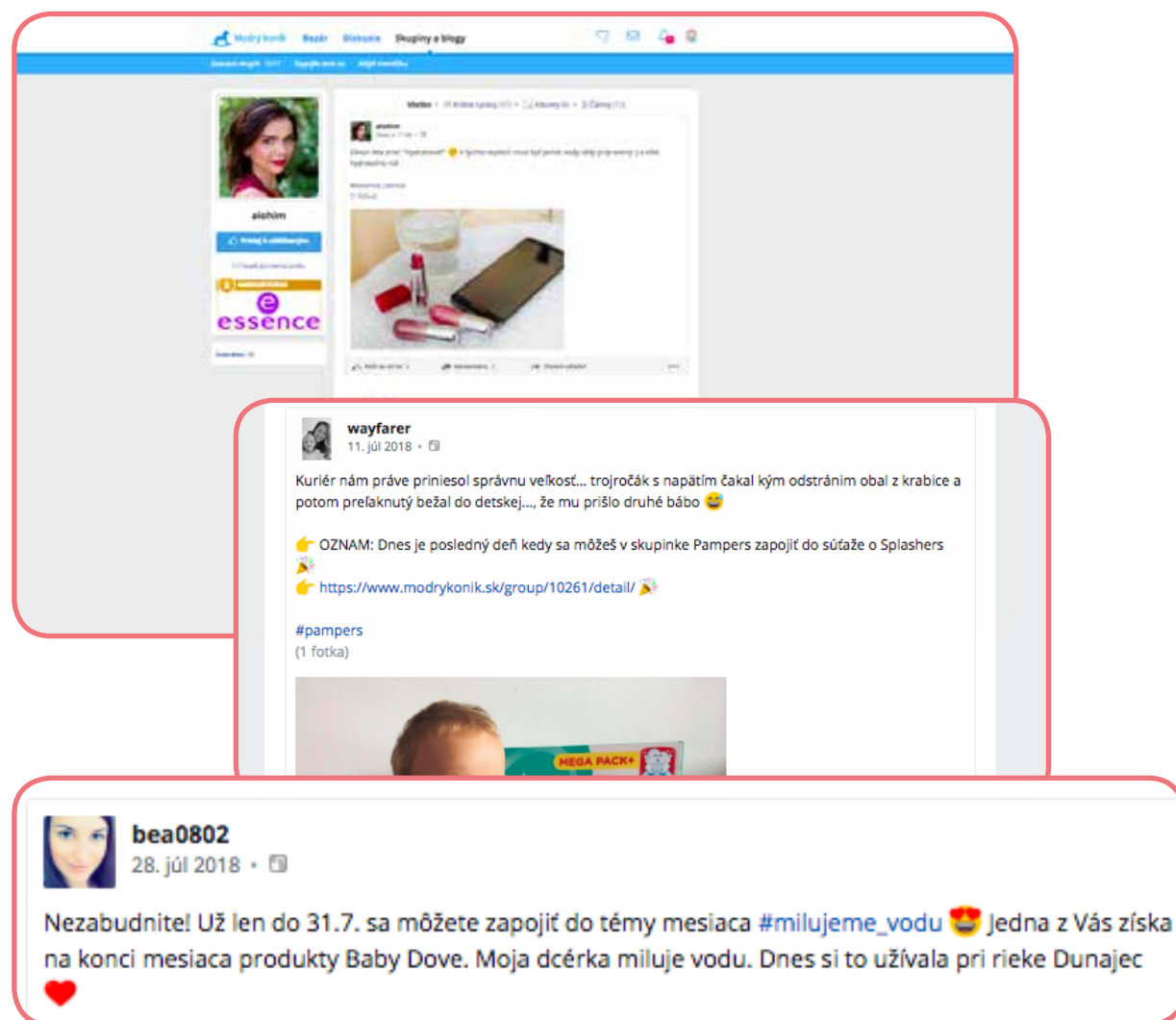
” Nie je to monológ, ako to zvyčajne v brandovej komunikácii býva. Výsledkom je nadviazanie bližšieho vzťahu a dôvery, čo je na nezaplatenie.

Martina Havrlentová
Brand Manager

Ambasádorka značky

Ambasádorka značky je populárna používateľka z Modrého koníka, ktorá buduje a šíri povedomie o značke. Má dosah na veľké publikum, vytvára vlastný obsah, s ktorým ďalej pracuje, a iniciuje diskusie o značke.

Trvanie projektu: 12 mesiacov (s možnosťou predĺženia)



ČO MÔŽETE OČAKÁVAŤ

Zapojenie (komentáre, "Páči sa mi to") 300 - 400 ľudí mesačne

Dosah na 19 000 - 21 000 ľudí mesačne

250 000 - 300 000 **zobrazení** mesačne

Osobný príbeh namiesto reklamy

Ambasádorka spája vaše produkty s tým, čo bežne robí vo svojom živote. Vyhotovuje fotky a dokumentuje tak ich používanie. Dáva vašej značke reálny príbeh a tým tiež vytvára veľmi osobný vzťah medzi svojimi sledovateľmi a tým, čo predávajú.

Píše blog, zapája sa do diskusií, usporadúva súťaže. Je vtipná, sympatická a zaujímavá, predovšetkým však ľudská. **Robí vašu reklamu uveriteľnou a prirodzenou.**

Nezačína od nuly

Má už vybudované isté publikum, fanúšikov a sledovateľov, ktorí ju sledujú a konzumujú jej obsah. Veľa ďalších používateľiek osloví, keď budú nachádzať jej príspevky a diskusie naprieč Modrým koníkom.

Spravuje skupinu

Ambasádorka pre klienta tvorí vlastný obsah - príspevky, fotky, súťaže a ďalšie. Ten môže značka samozrejme využiť aj na ďalšie marketingové aktivity podľa svojho uváženia aj v budúcnosti.

Prečo si vybrať ambasádorku?

- Spája produkt so svojím každodenným životom a činnosťami
- Celý rok je tvárou len jedinej značky na rozdiel od iných influencerov
- Má v komunite vplyv a vlastné sledovateľky
- Vytvára obsah vo forme blogov, diskusií a súťaží
- Spravuje a stará sa o značku na koníku
- Moderuje diskusie a vyvoláva ďalší záujem
- Odpovedá na otázky v mene klienta

Ako vznikne Ambasádorka značky

① Vyhlásenie konkurzu

Modrý koník vyhlási výzvu na výber Ambasádorky. Motivačných listov od používateľiek prichádzajú desiatky až stovky.

② Výber najlepšej kandidátky

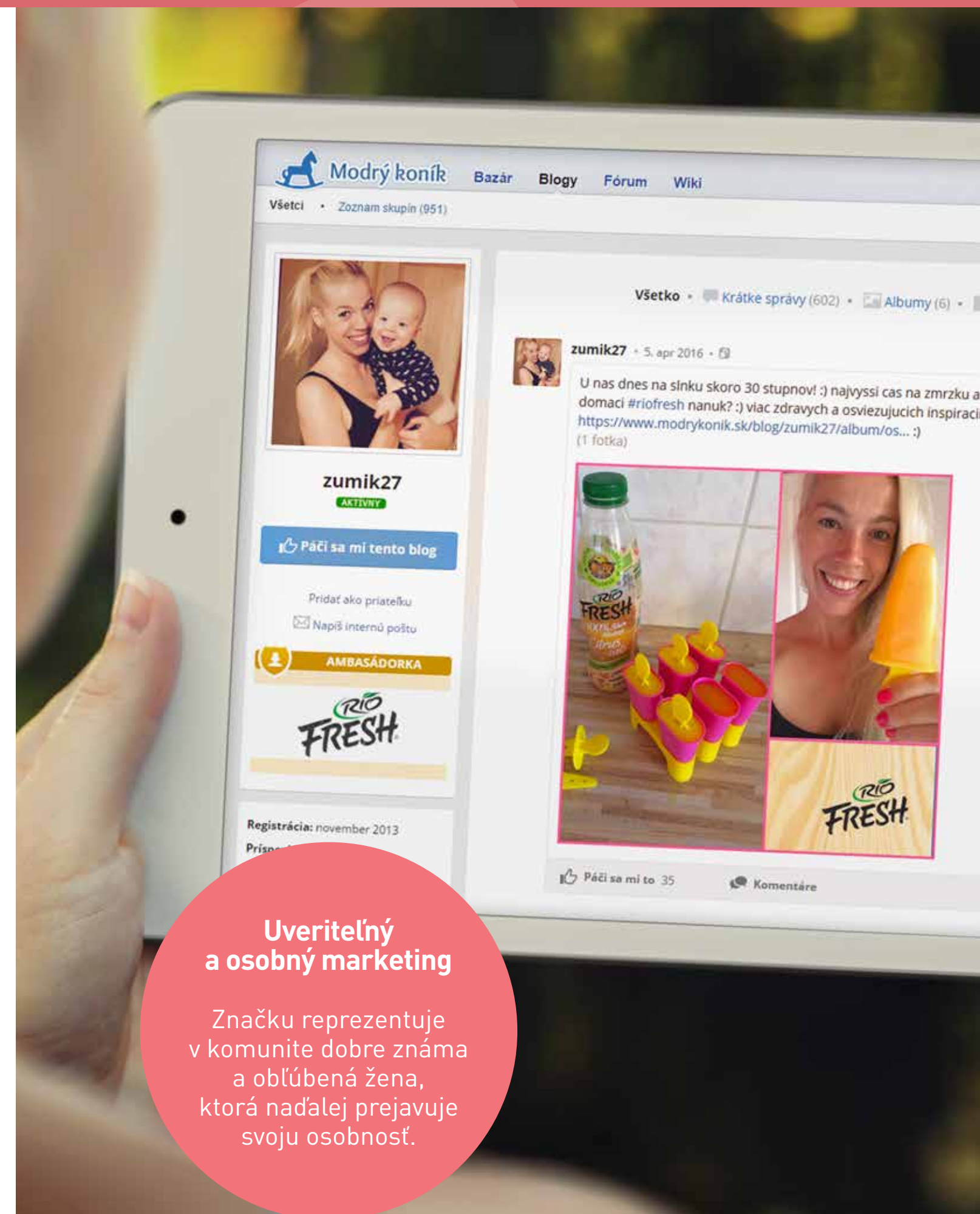
Spolu so značkou vyberie kandidátku, ktorá sa hodí k téme, je sympatická, populárna, vie písať a fotiť.

③ Školenie

Kandidátka prejde školením projektového manažéra. Značka s ňou dohodne komunikačnú stratégiu a určí ciele spolupráce.

④ Pravidelné reporty

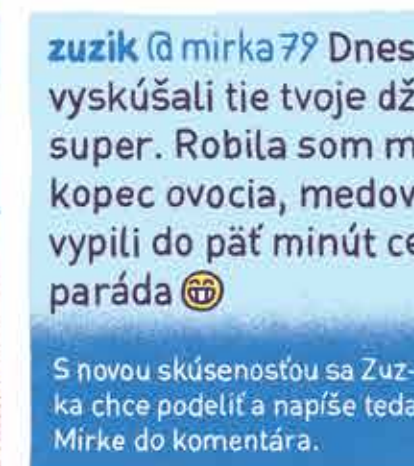
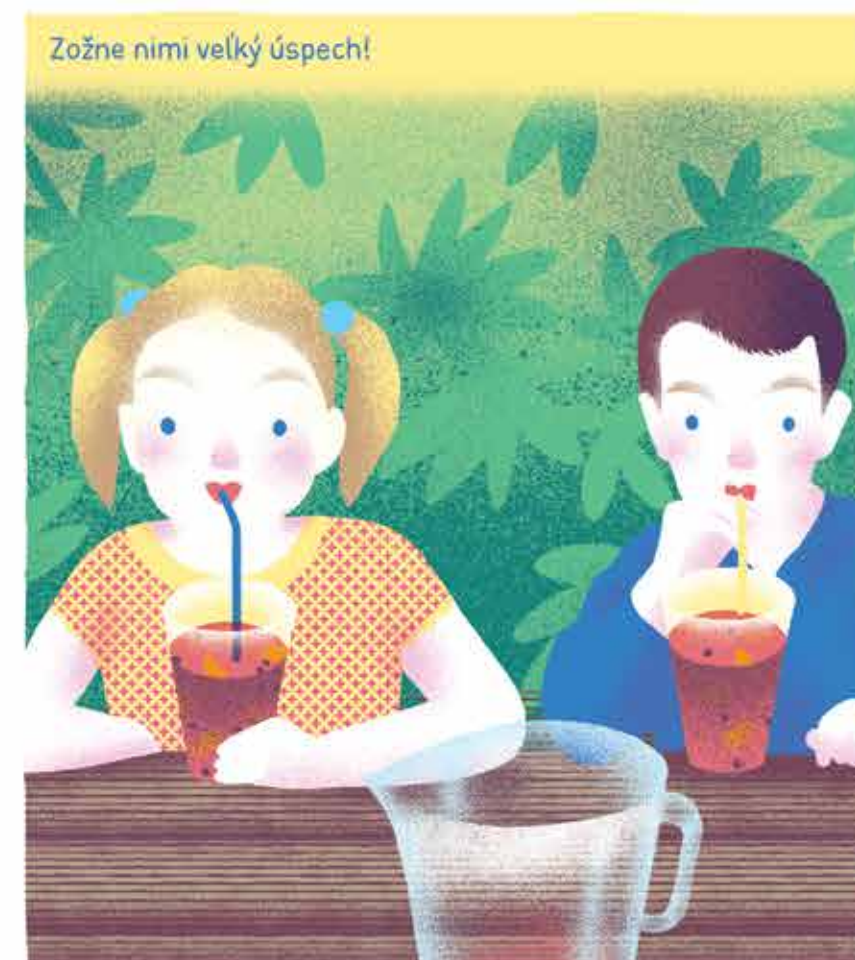
Ambasádorka začne tvoriť obsah a šíriť dobré meno značky. V mesačných reportoch klient vidí, aký má dosah a ako rastie množstvo fanúšikov značky.



Uveriteľný a osobný marketing

Značku reprezentuje v komunite dobre známa a obľúbená žena, ktorá naďalej prejavuje svoju osobnosť.

AMBASÁDORKA Z POHLADU ZÁKAZNÍKA



Dni so značkou

Obojstranná komunikácia

ČO HOVORÍ KLIENT

” Kampaň na Modrom koníku zvýšila počet objednávok takmer na úroveň vianočného obdobia.

Daša Žabokrečná
E-commerce Marketing Manager

Dni so značkou

Týždňová alebo dvojtýždňová kampaň prebieha na stránke Modrý koník. Zástupca vašej značky má vlastné diskusné fórum a blog. Používatelky v nich informuje o značke a jej produktoch, nadväzuje dialóg, vytvára súťaže a odkazuje na svoje stránky.

Trvanie kampane: 7 alebo 14 dní



ČO MÔŽETE OČAKÁVAŤ

Zapojenie (príspevky vo fóre, komentáre, "Páči sa mi to") 300 - 500 ľudí týždenne

Dosah na 15 000 - 30 000 ľudí

550 000 - 600 000 **zobrazení** týždenne

Fórum a blog značky

Zástupca značky sa stane po dobu kampane jej tvárou. Má vlastný blog, profil s fotografiou a používatelky mu môžu priamo napísať. Pred kampaňou prejde komunikačným školením od Modrého koníka, počas ktorého kampaň naplánuje.

Zverejňuje informácie, ktoré chce značka komunikovať, a následne o nich diskutuje s používateľkami. Vytvára súťaže, komentuje, vkladá obrázky a videá.

Nechajte ich debatovať

Na Modrom koníku sú používatelky zvyknuté diskutovať. Ak sa ich na niečo opýtate, ochotne a rýchlo reagujú. Nechajte ich vysvetliť, ako vnímajú váš produkt, ako rozumejú vašej komunikácii, čo je pre nich počas nákupu naozaj dôležité a na čom im naopak nezáleží.

Prečo zvoliť Dni so značkou?

- Celý Modrý koník žije len vašou značkou.
- Zástupca značky sa stane jej tvárou, zverejňuje informácie a komunikuje s používateľkami.
- Máte vlastné fórum aj blog, kde je viac priestoru a času nadviazať vzťah s publikom.
- Všetok vytvorený obsah môžete používať aj mimo Modrého koníka.

Priebeh kampane z pohľadu klienta

① Zaškolenie a konzultácie

Projektový manažér Modrého koníka zaškolí zástupcu značky, ako viesť komunikačnú kampaň. Pomôže s tvorbou vhodného programu a na základe skúseností z predchádzajúcich kampaní poradí najvhodnejší spôsob ako zaujať cieľovú skupinu.



② Spustenie kampane

Zástupca značky vytvára diskusné témy, pýta sa, vysvetľuje, zverejňuje fotky alebo videá, odkazuje na stránky značky, organizuje súťaže a píše blog.



③ Odozva publika

Používatelky nadviažu so značkou dialóg. Štandardne v kampani vzniknú stovky až tisíce reakcií, otázok či komentárov. Projektový manažér Modrého koníka na kampaň dohliada a v prípade potreby radí ako reagovať.

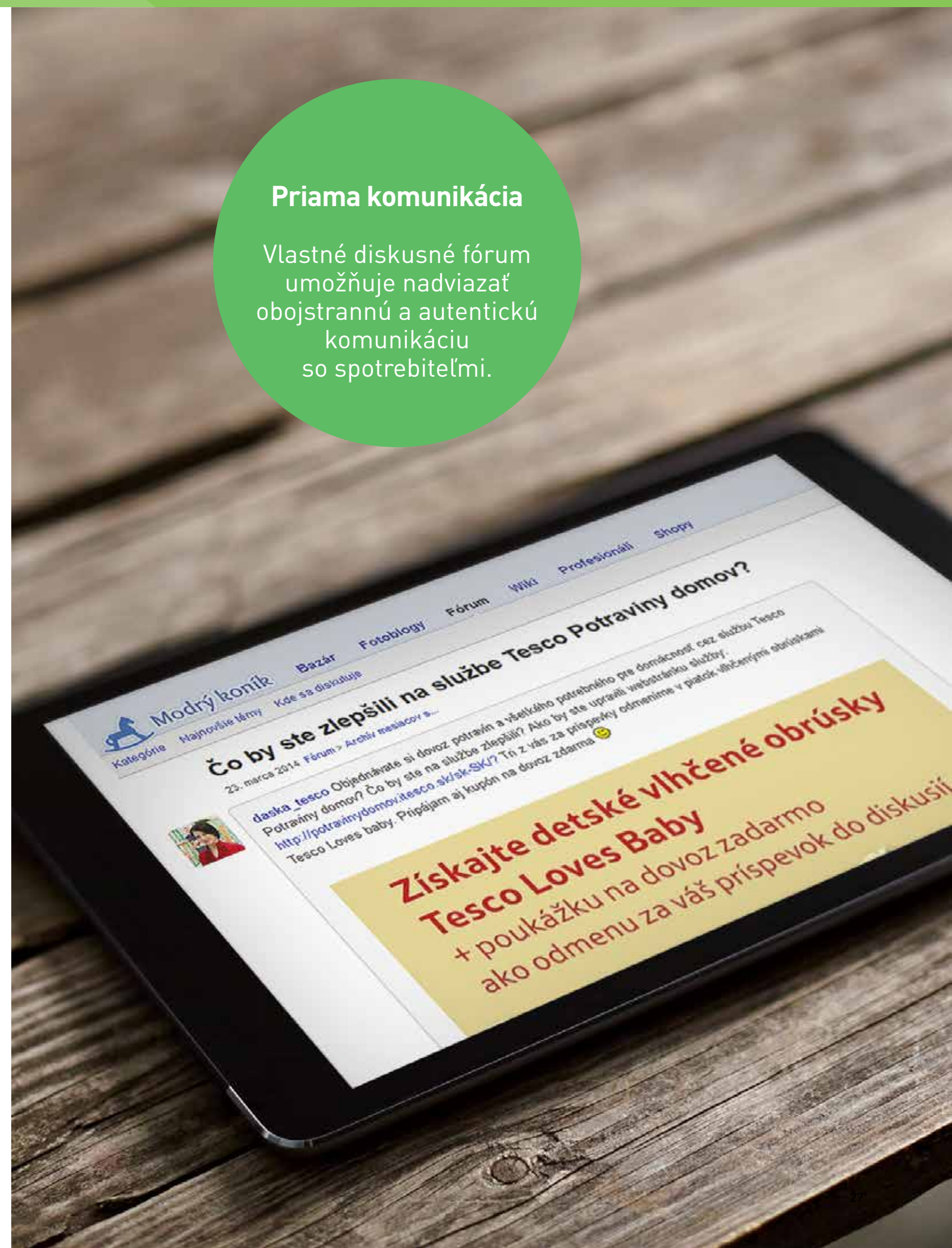


④ Ukončenie a archív

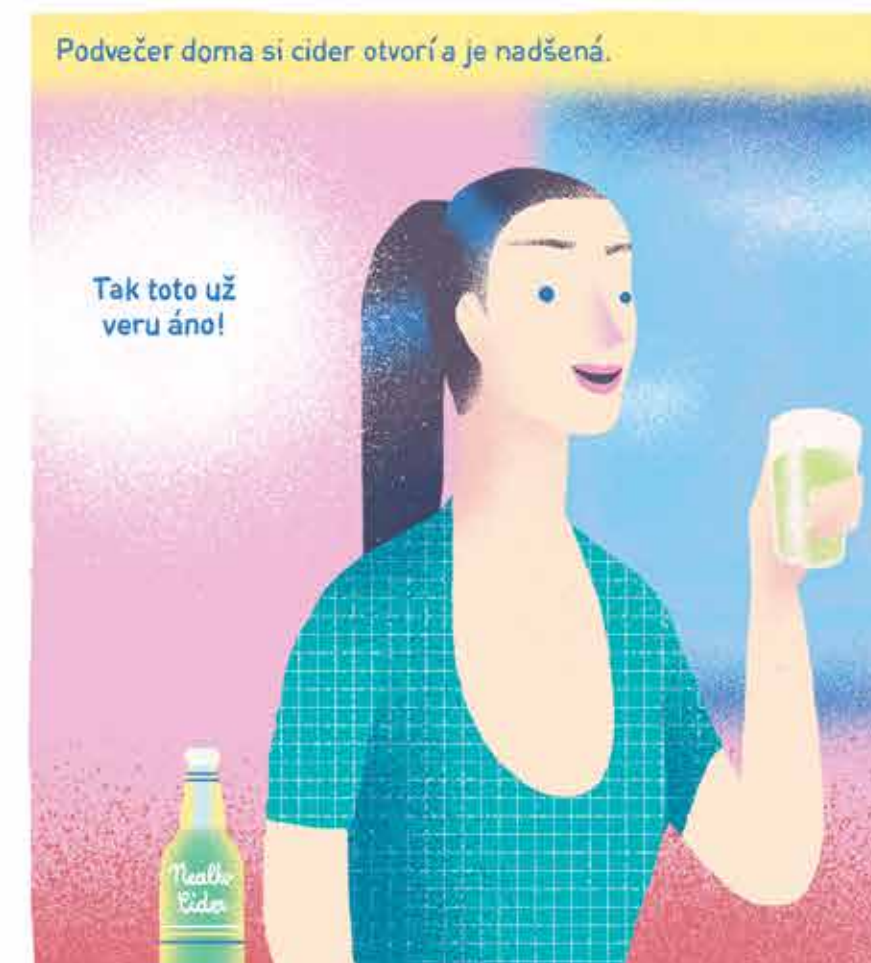
Zástupca značky ukončí kampaň a rozlúči sa v mene značky s používateľkami. Vytvorený obsah ostáva permanentnou súčasťou Modrého koníka a je prístupný cez vyhľadávače.

Priama komunikácia

Vlastné diskusné fórum umožňuje nadviazať obojstrannú a autentickú komunikáciu so spotrebiteľmi.



DNI SO ZNAČKOU Z POHĽADU ZÁKAZNÍKA



Článok

ČO HOVORÍ KLIENT

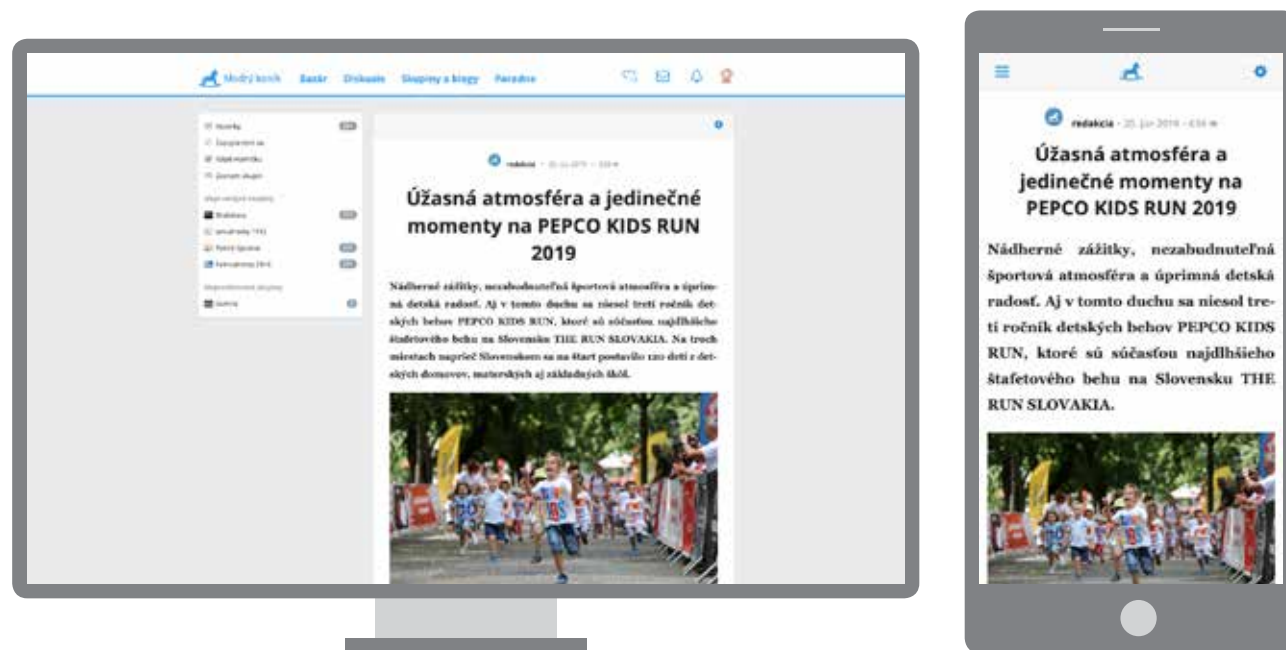
”

Ľudia dodnes preklikávajú na naše stránky z Modrého koníka, hoci kampaň už dávno skončila.

Matej Majba
Product Manager

Článok

Na Modrom koníku s klientmi vytvárame natívne články a vyhýbame sa klasickým PR metódam. Inými slovami publikujeme obsah, ktorý naše používateľky chcú naozaj čítať a našim klientom tak pomáhajú tvoriť skutočný vzťah a pozitívny dojem.



ŠPECIFIKÁCIA

Text: max. 5 normostrán
Obrázky: max. 10 obrázkov, **min. 1 obrázok**
Video: max. 3 videá

ČO MÔŽETE OČAKÁVAŤ

Bežná čítanosť cca 500 - 1500 čitateľov (v závislosti od témy a atraktívnosti nadpisu)

Zaujmite desiatky tisíc čitateľov

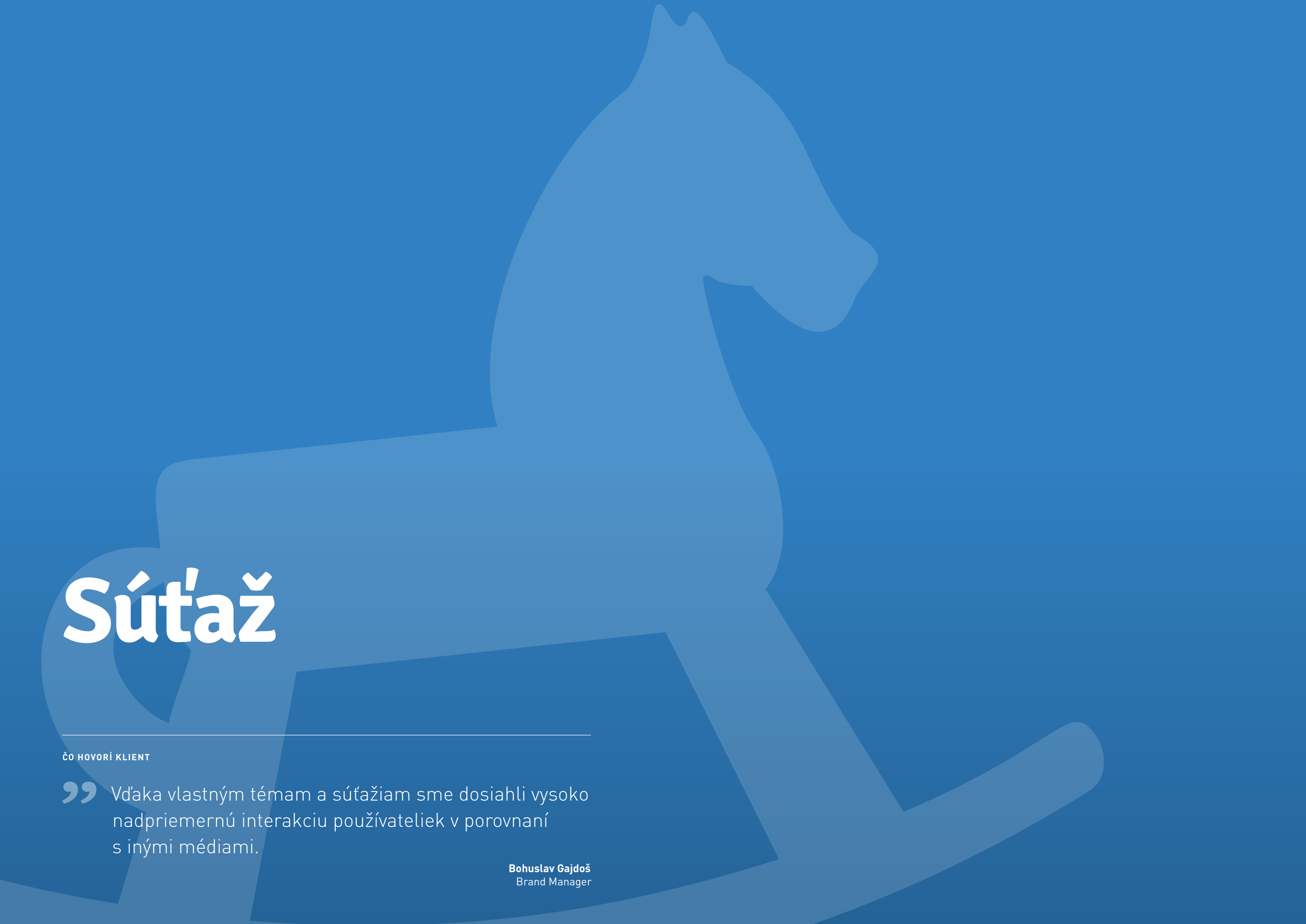
Modrý koník nie je len fórum ale tiež stránka plná návodov, tipov a ďalších cenných informácií. Naprieč celým portálom nájdete stovky článkov, ktoré naše užívateľky čítajú, aby sa dozvedeli a poučili o tehotenstve, výchove, materstvo ale aj jedle, zdraví, športe či kultúre. Tieto články mesačne nazbierajú mnoho stoviek tisíc zobrazení.

Nadviažte efektívne vzťah s publikom

Natívny článok je napísaný tak, aby používateľkám poskytoval určitú formu hodnoty - obvykle informačnú. Môže ísť o návod alebo edukatívny príspevok, ktorý ženy a mamičky skutočne zaujme a odovzdá im niečo užitočné do každodenného života. Vďaka svojej informačnej hodnote potom ľahko vytvorí pozitívny vzťah medzi vami a používateľkou.

Presah na sociálne siete

Článok môžeme okrem iného zdieľať aj na Facebooku, kde má potenciál osloviť 85 000 našich fanúšikov. Je možné pri individuálnej dohode tento príspevok tiež podporiť reklamou, aby dosiahol ešte viac reakcií.



Súťaž

ČO HOVORÍ KLIENT

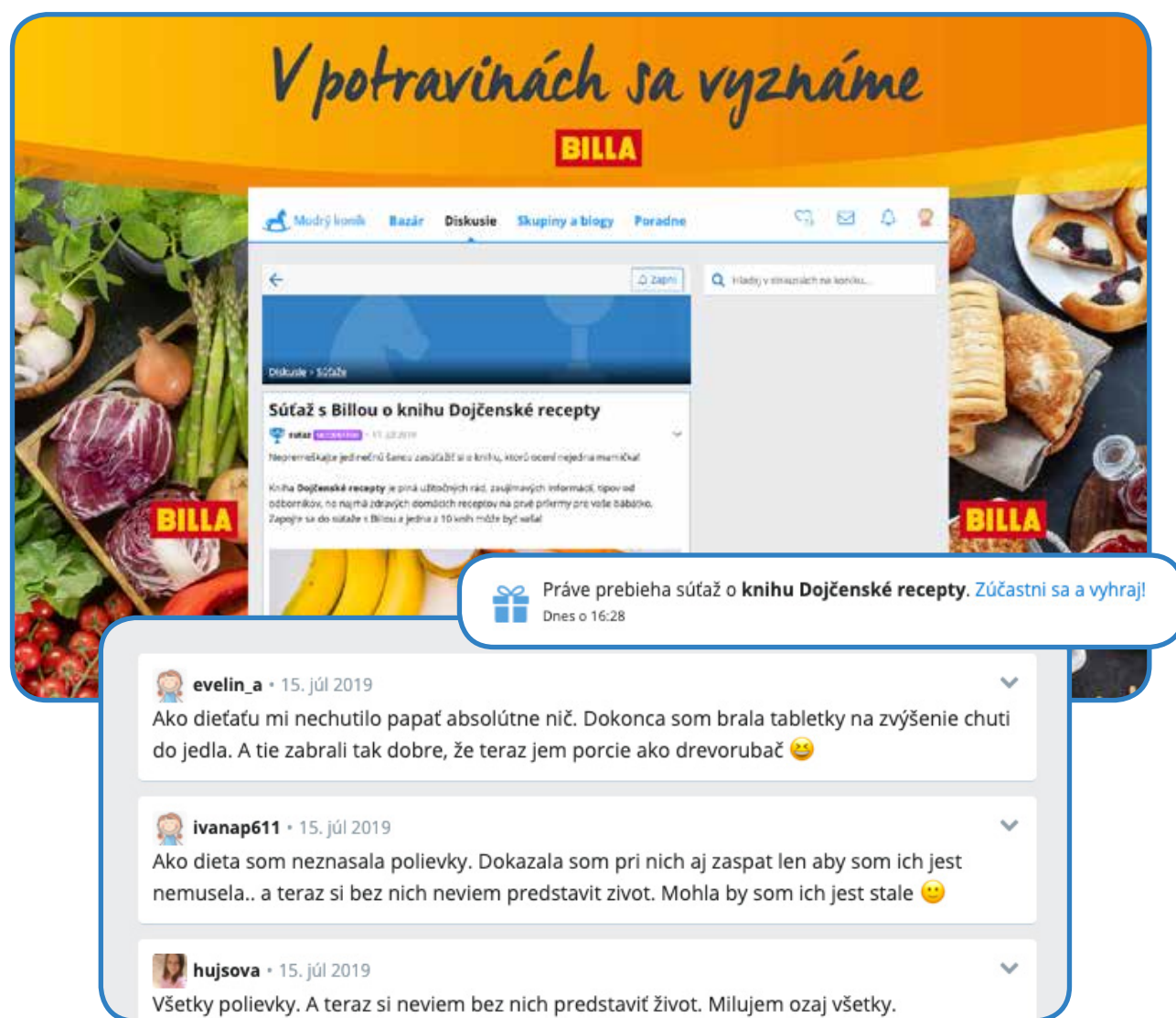
” Vďaka vlastným témam a súťažiam sme dosiahli vysoko nadpriemernú interakciu používateľiek v porovnaní s inými médiami.

Bohuslav Gajdoš
Brand Manager

Súťaž

Interaktívna súťaž pomáha vzbudiť záujem o značku. Súťaž je umiestnená do špeciálnej kategórie v diskusnom fóre, ktoré je viditeľné pre všetky používateľky.

Trvanie kampane: 1 týždeň



ČO MÔŽETE OČAKÁVAŤ

40 000 aktívnych používateľov dostane **upozornenie o súťaži** (podľa zvoleného balíka)
1 000 - 1 500 ľudí sa **preklikne na stránku klienta** a **zapojí** do súťaže na koníku (závisí od súťažnej otázky a možných výhier)

3 kontakty s vašou značkou

- Prvým kontaktom je **upozornenie na súťaž**. Pomocou notifikácií priamo v interface stránky sa môže zobrazíť až desiatkam tisíc aktívnych používateľiek. Upozornenie obsahuje meno vašej značky a krátky popis, ktorývidia všetky oslovené používateľky.
- Druhým kontaktom je **stránka súťaže s brandingom vašej značky**. Okrem súťažných podmienok obsahuje aj predstavenie vašej spoločnosti, jej logo a sprievodný vizuál.
- Tretím kontaktom je **samotné zapojenie sa do súťaže** a vykonanie súťažnej úlohy, ako je napríklad návšteva vašej firemnej stránky a nájdenie požadovanej informácie.

Variabilné možnosti odpovedí

Môžete si vybrať, či používateľky pri vkladaní svojej odpovedevidia alebo nevidia odpovede ostatných. Prvý prípad je vhodný pre kreatívne odpovede, ktoré môžu ostatných inšpirovať (napr. vloženie fotky, vyjadrenie názoru). Pri výbere odpovede z ponúknutých možností (A, B, C, D), je vhodné predchádzajúce odpovede skryť, aby používateľka nebola nimi ovplyvnená. Až po vložení svojej odpovede sa jej zobrazia všetky predošlé.

Promo aj na Facebooku

Súčasťou formátu je aj oznam s odkazom na súťaž na Facebook stránke Modrého koníka, ktorá má viac než 85 000 fanúšikov.

Prezentácia produktov

Používateľky Modrého koníka sa rady zapájajú do súťaží. V súťaži nemusia byť preto neprimerane nákladné ceny pre výhercov. Dostatočný záujem vzbudí aj výhra v podobe vašich produktov, čím ich zároveň odprezentujete.

SÚŤAŽ Z POHLADU ZÁKAZNÍKA



Toto je Jarka.



Je mamou nezbedných dvojčiat.



Každý podvečer, keď sa jej manžel vráti z práce a zabáva sa s deťmi, má Jarka čas sama pre seba.



Natiahne sa na posteli a skontroluje, čo je nové na sociálnych sieťach.



Večer pri kúpaní dvojčiat ho Jarkin manžel vyskúša.



Deti sa tešia z množstva bohatej peny,



Pri najbližšom nákupe v drogérii sa rozhodne na skúšku kúpiť jeden zo sady produktov.



a Jarka, keď si ich okúpané k sebe privinie, vidí, že prípravok ich jemnú pokožku ani trochu nevysušuje a nedráždi.



Na Modrom Koníku si všimne notifikáciu o práve prebiehajúcej súťaži značky prípravkov do kúpeľa pre deti.



Prečíta si otázku, no nie je si istá odpoveďou.

Aké dve hlavné ingrediencie má jedinečný patentu?

A, B, C, D

Aloe Vera, Pantenol



Harmanček a Aloe Vera, čiže možnosť A!

PATENTOVANÁ RECEPTÚRA:

Jedinečné spojenie harmančeku a Aloe Vera aj pre tú najnejšiu a najcitlivejšiu detskú pokožku.

HYPOALERGÉNNÉ

NEPARFÉMOVANÉ

Navštívi teda webstránku výrobcu, kde sa dozvie viac o produktoch. Zistí, že sú špeciálne vyvinuté na extrémne citlivú detskú pokožku, ako majú aj jej dvojčatá.



Po skončení súťaže si Jarka nájde upozornenie na novú správu na Koníku.



Paráda!

Je jednou z dvadsiatich vylosovaných výherkyň súťaže!

Správa do internej pošty

ČO Hovorí KLIENT

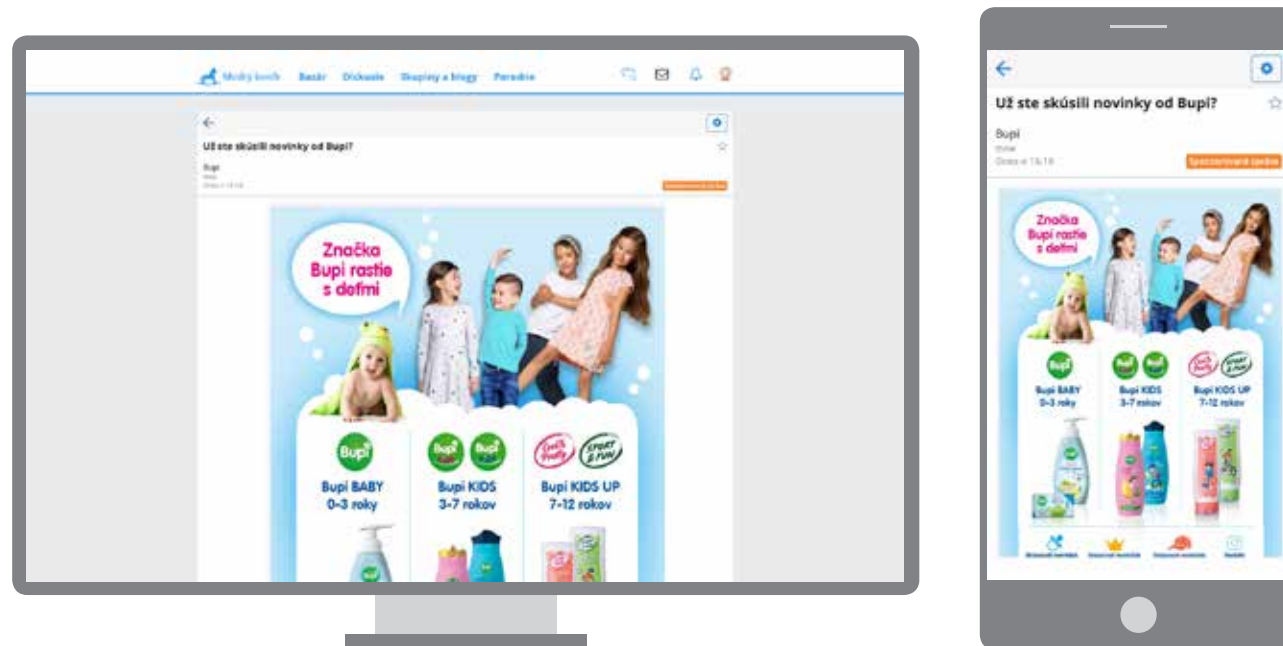


Naša reklama do internej pošty dosiahla 17 891
impresií obsahu, čo znamená veľmi pekných 73%
open rate.

Martin Kuchta
Digital Media Executive

Správa do internej pošty

Oslovte až 80 000 používateľiek svojou správou. Na rozdiel od klasického obchodného emailu, ktorý má mieru otvorenia okolo 10 - 15%, si nové správy na Modrom koníku podľa atraktivity vášho textu otvorí až okolo 50% žien, čo samozrejme zvyšuje účinnosť takejto kampane.



ŠPECIFIKÁCIA

Formát: Odosielateľ: 25 znakov
Predmet: 80 znakov
Vizuál: 730 x 1000 px

Minimálna objednávka: 10 000 správ
Maximálna objednávka: 80 000 správ
Trvanie kampane: 1 týždeň

ČO MÔŽETE OČAKÁVAŤ

Garantujeme 100% doručiteľnosť (posielame len aktívnym používateľom)

Open rate väčšinou v rozsahu 45-70 % (závisí od atraktívnosti predmetu vašej kampane)

Click rate väčšinou v rozsahu 2-6 % (závisí od atraktívnosti vizuálu a CTA)

Zaručená pozornosť

Upozornenie na novú správu vidí používateľka počas každej návštevy Modrého koníka, a to na všetkých podstránkach. Internú poštu používa na komunikáciu s ostatnými používateľkami, a preto si často otvára svoju schránku. Reklamné správy sa automaticky vymažú po 15 dňoch, aby schránka ostávala súkromným priestorom s nadštandardnou pozornosťou. Z tohto dôvodu **používateľka dostane maximálne jednu reklamnú správu za týždeň**.

Odosielame iba aktívnym používateľkám

Nikdy neposielame reklamné správy ľuďom, ktorí síce majú konto, ale sú už neaktívni a na Modrého koníka nechodia. Vašu správu doručíme v momente prihlásenia tak, aby bola pre používateľku **najnovšou neprečítanou správou**.

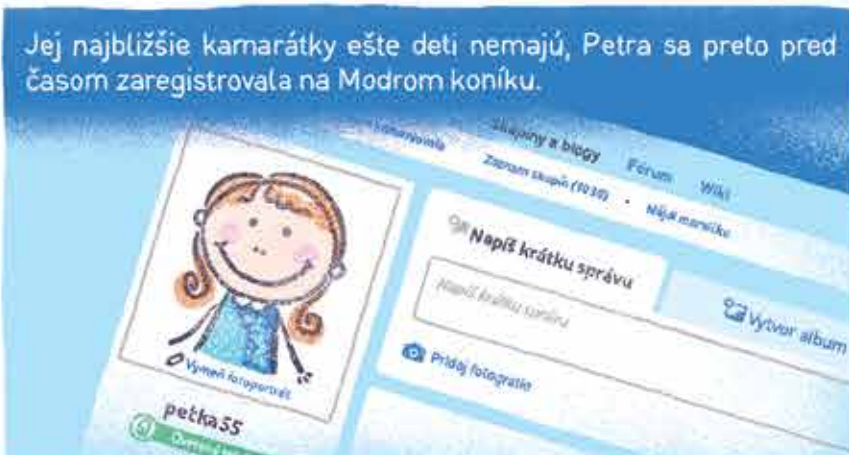
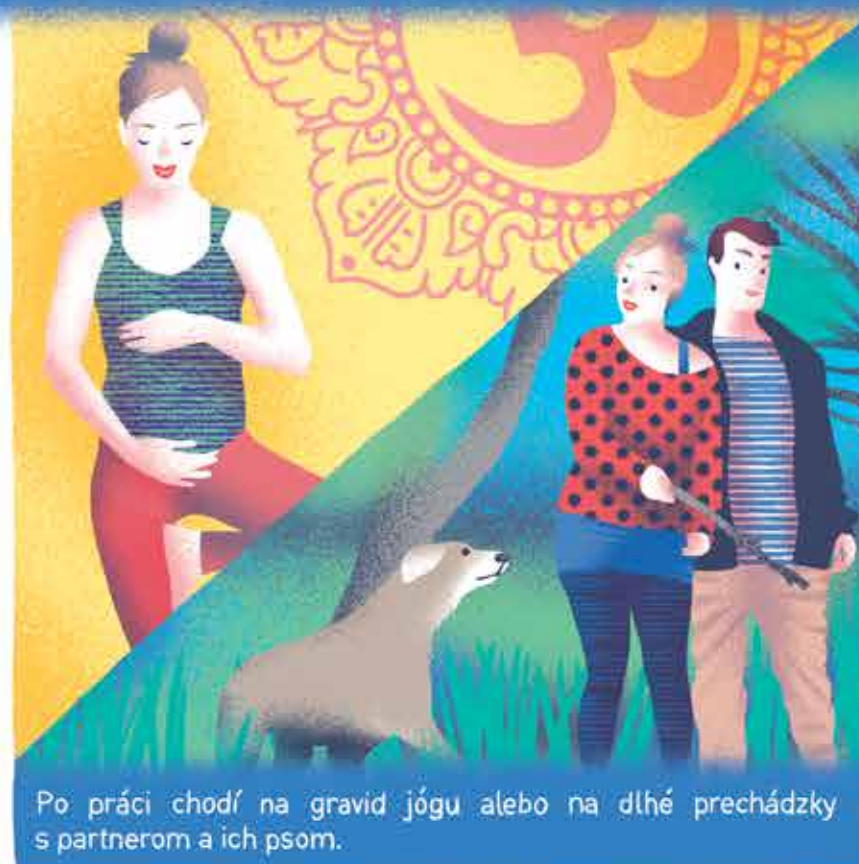
Ľubovoľný obsah: text, fotky, video a odkazy

Vizuál správy je **z pohľadu marketéra samostatná mikrostránka**, ktorú si môže ľubovoľne nadizajnovávať a otextovať. Odkazy v nej môžu smerovať na jednu alebo viacero externých stránok. Správa **môže obsahovať aj video**.

Zasiahne 80 000 slovenských žien

Správou môžete zasiahnuť až 80 000 používateľiek, z ktorých 86% je vo veku 20-39 rokov. Takto veľká a zároveň vyšpecifikovaná cieľová skupina robí z tohto formátu online alternatívu k tradičnému schránkovému direct mailu.

SPRÁVA DO INTERNEJ POŠTY Z POHĽADU ZÁKAZNÍKA



Displayová reklama

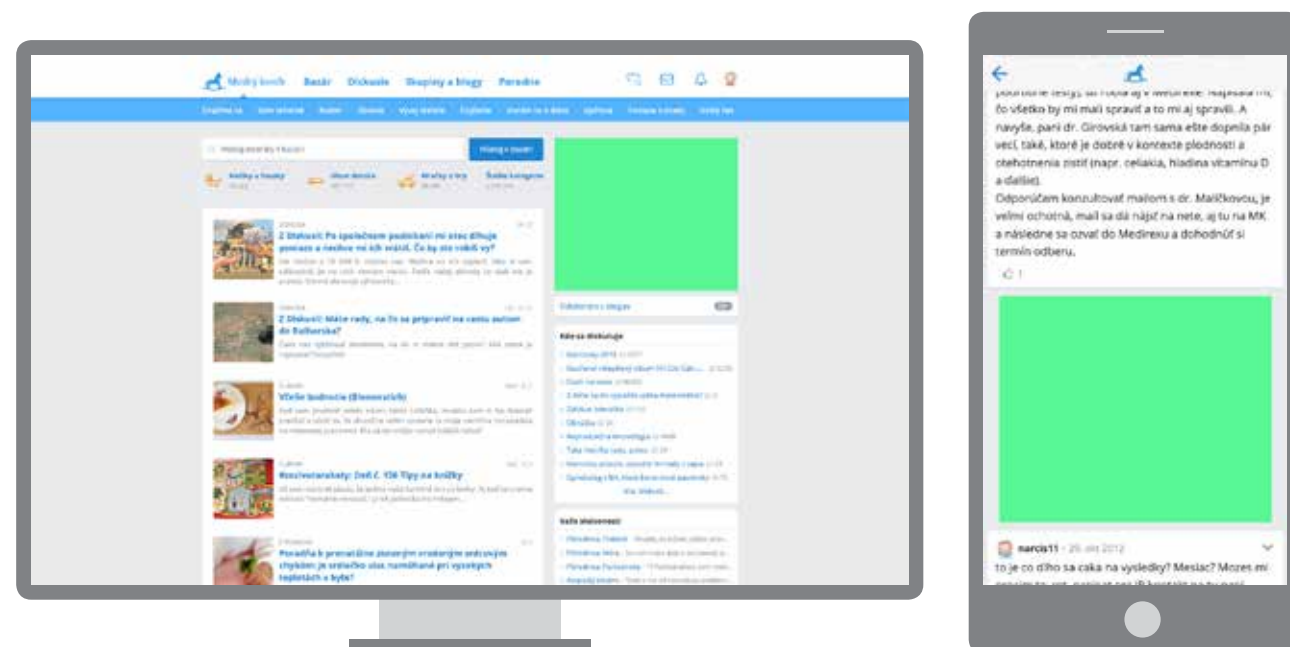
ČO HOVORÍ KLIENT



Branding na Koníku doručil presný zásah cieľovej skupiny, pričom mal nadpriemernú viditeľnosť.

Andrej Uhrik
Interaction Specialist

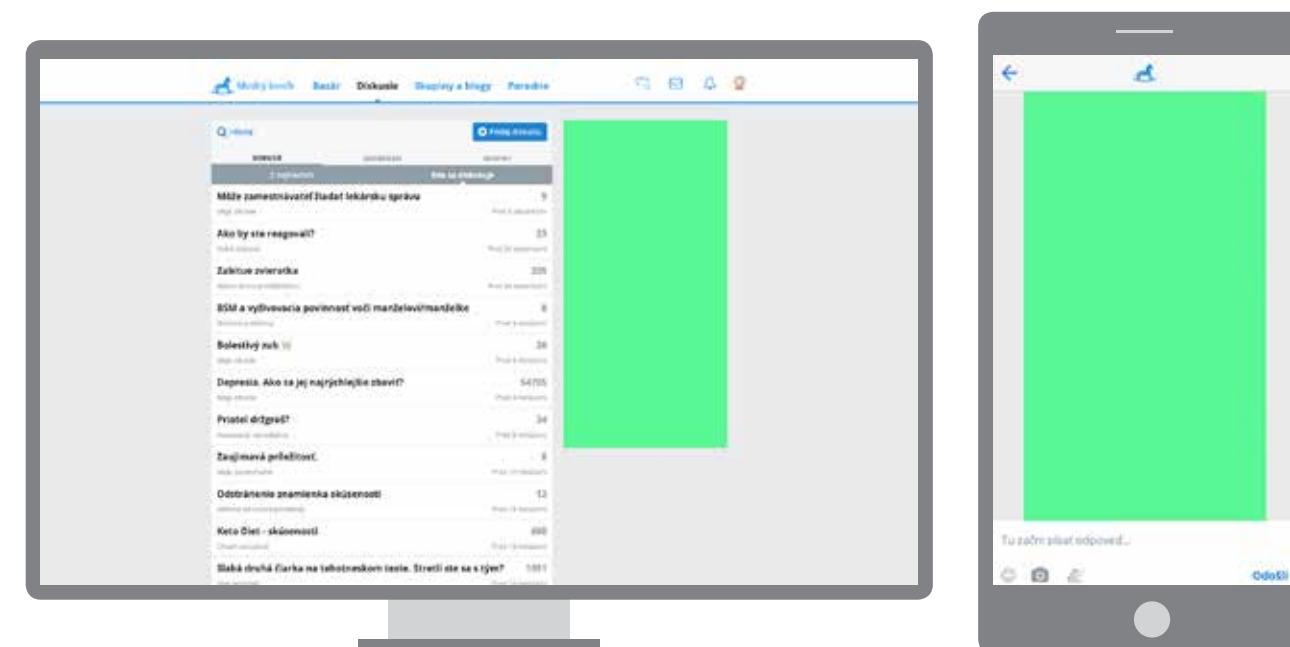
Large Rectangle & Outstream Video



ŠPECIFIKÁCIA

Zariadenie:	Desktop a mobilné zariadenia
Umiestnenie:	Homepage, skupiny, blogy, fórum, články
Formát:	Obrázok, video alebo HTML5
Rozmer:	336 x 280 px
Minimálna objednávka:	200 000 zobrazení

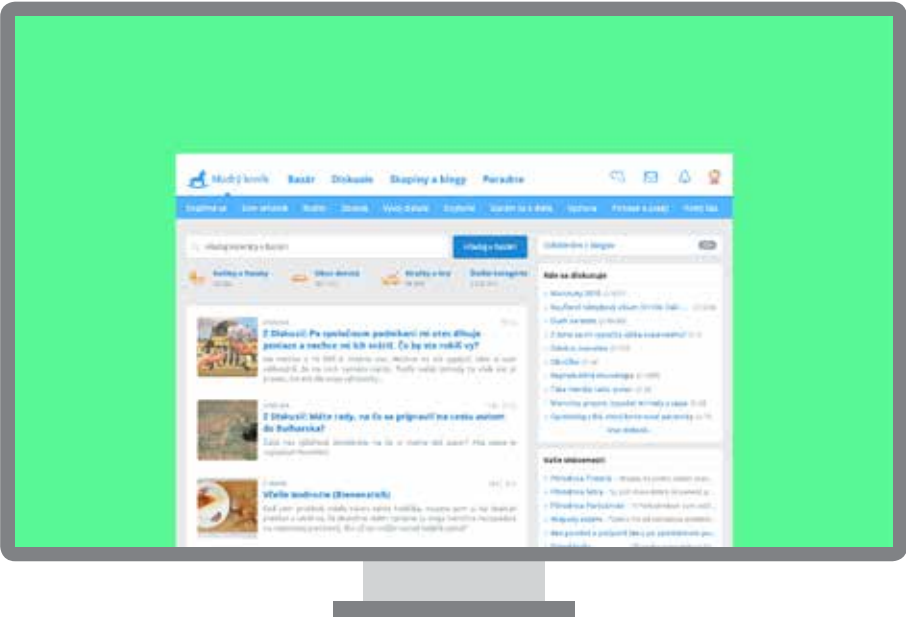
Halfpage



ŠPECIFIKÁCIA

Zariadenie:	Desktop
Umiestnenie:	Skupiny, blogy, fórum, články
Formát:	Sticky obrázok alebo HTML5
Rozmer:	300 x 600 px
Minimálna objednávka:	200 000 zobrazení

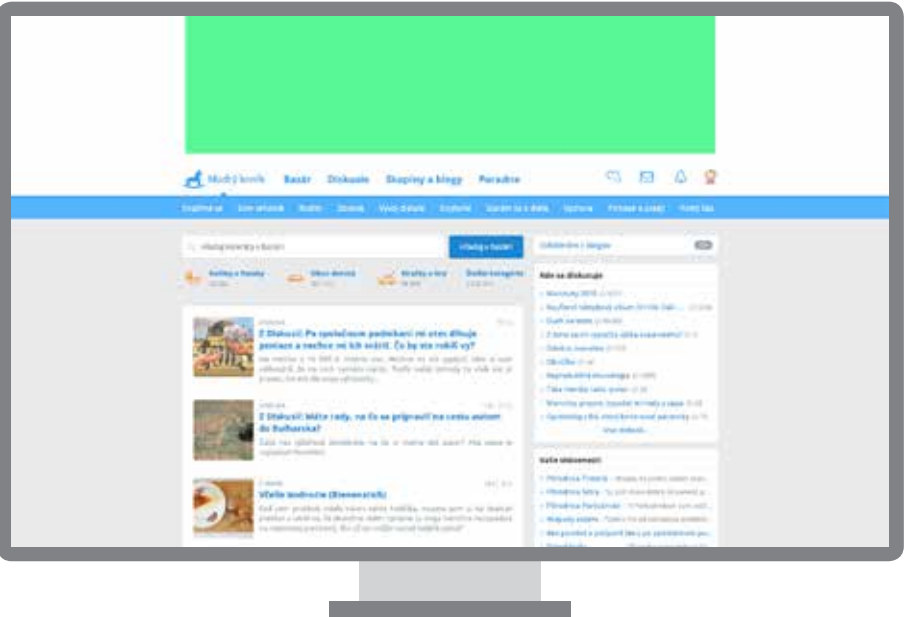
Branding



ŠPECIFIKÁCIA

Zariadenia:	Desktop
Umiestnenie:	Homepage & bazár
Formát:	Obrázok alebo HTML5
Rozmer:	2000 x 1400 px (stredných 1020 x 1150 px je prekrytých obsahom stránky)
Minimálna objednávka:	250 000 zobrazení

Billboard

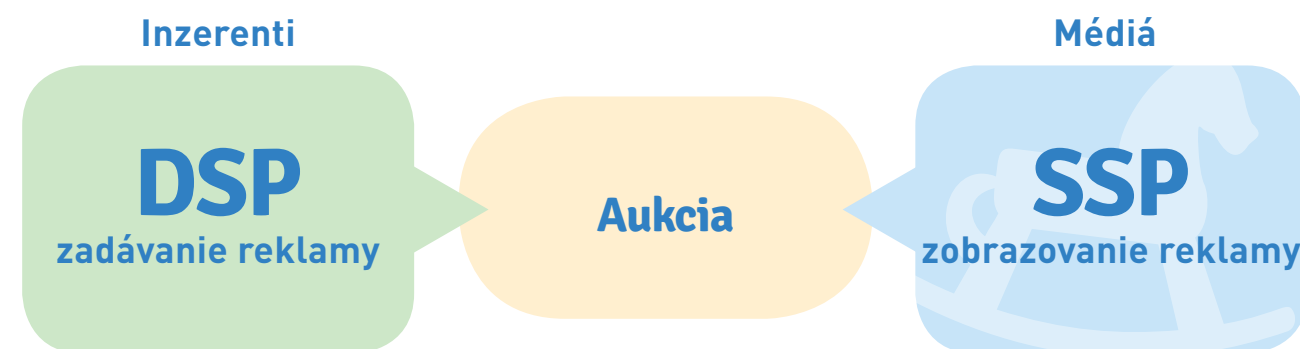


ŠPECIFIKÁCIA

Zariadenie:	Desktop
Umiestnenie:	Skupiny a blogy, fórum, články, wiki
Formát:	Obrázok alebo HTML5
Rozmer:	970 x 250 px
Minimálna objednávka:	200 000 zobrazení

Programatická reklama

Programatická reklama je automatizovaný spôsob nákupu reklamy online. O nákupe konkrétneho reklamného formátu alebo priestoru môže na základe dostupných dát rozhodovať počítač.



AKO TO VLASTNE FUNGUJE?

Na jednej strane stoja značky a agentúry, tzv. advertiseri a na druhej publisheri, teda médiá, ktoré ponúkajú svoj reklamný priestor. Obe strany využívajú vlastné platformy (v angl. "demand side platform" a "supply side platform"), cez ktoré pracujú so svojimi reklamami a reklamným priestorom. Tieto dva systémy spájajú požiadavky oboch strán, vďaka čomu vedia nájsť najefektívnejší typ reklamy.

REAL-TIME BIDDING

RTB alebo aukcie v reálnom čase sú podmnožinou programatickej reklamy. Vďaka RTB tak môžete reklamu v reálnom čase nielen nakupovať, ale aj meniť a prispôbovať podľa aktuálnej situácie.

Spôsoby nákupu reklamy na Modrykonik.sk

- Open auction
- Private auction & market places
- Preferred deals
- Programmatic direct

Jednotlivé spôsoby sa odlišujú garanciou ceny a dodaných impresií. Otvorená aukcia je najlacnejšia, ale hrozí, že v nej nevyhráte a vaša reklama sa nezobrazí. Na druhej strane sú Preferred deals a Programmatic direct, pri ktorých vám vieme zaručiť cenu a pri Programmatic direct aj množstvo zobrazenej reklamy.

Displayové formáty, ktoré môžete nakúpiť programaticky

- Large Rectangle
- Billboard
- Branding
- Halfpage

Programmatické systémy, ktoré podporujeme

- Adform
- DoubleClick Ad Exchange

KONTAKT

Marek Vidovič
Head of Sales Department

marek.vidovic@modrykonik.sk
+421 905 897 987

MODRÝ KONÍK S.R.O.	IČO: 35936851
MARTINSKÁ 56	DIČ: 2022011046
821 05 BRATISLAVA	IČ DPH: SK2022011046

<https://modrykonik-pre-marketerov.sk>

Verzia: august 2019